

# Centri commerciali, il futuro è in città tra uffici e residenze

**Retail.** Stop ai mall isolati. Per gli operatori l'offerta funziona solo se capace di animare i grandi progetti di rigenerazione offrendo servizi ai cittadini

**Laura Cavestri**

Centri commerciali che sono veri e propri luna park. Tanto cibo, esperienze di realtà virtuale e aumentata. Ma soprattutto, il tema di una crescita responsabile, che metta insieme un ripensamento dei contenuti e dell'offerta del settore con le esigenze di efficienza energetica ed abbattimento dei consumi e dei costi. Stretto tra il costo del denaro che fa mancare i capitali e investitori sempre più speculativi e meno core, gli operatori del retail - riuniti la scorsa settimana a Cannes per l'edizione 2023 di Mopic - fanno il punto su un anno in cui il calo degli investimenti (-44% nel 3° trimestre rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, secondo l'ultimo report di Bnp Paribas) c'è stato, ma meno consistente rispetto al -58% degli uffici e al -60% circa della logistica.

«Il Covid - spiega Chris Gardener, managing director e responsabile del retail europeo per Cbre - è stato uno stress test. I volumi di investimento sono calati, ma meno di altre asset class. Soprattutto i fondamentali sono sani. La vacancy è al 4%, gli in-

gressi dei consumatori, i fatturati, gli affitti. Sotto questi profili, il settore sta crescendo».

«Dopo l'acquisto di Porta Siena da parte del gruppo Indotek - ha detto Pier Luigi Paolettoni, head of retail out of town di Cbre - c'è un rinnovato interesse degli investitori esteri verso l'acquisto di centri commerciali in Italia, in particolare di un fondo inglese. Ci sono ancora rigidità tra domanda e offerta, ma stiamo superando il momento di stasi».

Gli investitori sembrano mantenere la fiducia nei mercati principali, come Regno Unito, Germania e

Francia, che, da soli, catturano il 60% dell'attività.

«Fino a pochi anni fa - spiega Jose Maria Robles, general manager Italia di Sonae Sierra - si sceglieva un'area, si costruiva e si attiravano clienti. Oggi, si sviluppa in progetti mix use, dove il retail "anima" un contesto di uffici e di residenziale. Ne è un esempio la commercializzazione degli spazi di Chorus Life a Bergamo. Il cuore dei nuovi sviluppi però resta Milano. Qui si investe perché c'è una dinamica demografica positiva e cosmopolita. In Portogallo abbiamo una quindicina di veicoli di investimento per la raccolta di fondi da investitori. Puntiamo a creare un fondo ad hoc anche per l'Italia».

«Dal centro commerciale Merlata Bloom, inaugurato da due settimane, a Loc, il progetto di rigenerazione di piazzale Loreto, il cui cantiere partirà nel primo trimestre 2024 - spiega Fabio Filadelli, head of development di Nhood - sviluppiamo e gestiamo circa 35 asset in Italia. Partendo da una forte specializzazione retail, siamo diventati esperti di rigenerazione urbana. Solo per Merlata Bloom, tra Mind e il quartiere residenziale circostante, abbiamo lavorato in sinergia

**Gli investimenti esteri si concentrano dove si rileva una dinamica demografica crescente e cosmopolita**



**L'ultimo nato.** Il nuovo centro commerciale Merlata Bloom, a Milano

## LE CITTADELLE DEI NEGOZI

### Outlet, le vendite salgono a due cifre

Reinventarsi sempre. Concerti, eventi, partnership con il territorio, cibo e ristorazione e nuovi marchi. Gli outlet si confermano il segmento del retail che cresce di più ed ha già superato i livelli precovid, secondo i dati diushman & Wakefield, con un aumento delle vendite, nel 1° semestre 2023, dell'11,3% rispetto allo stesso periodo 2019 e di quasi il 17% sullo stesso arco temporale 2022.

«Ad aprile scorso - spiega Nick Brady, group managing director leasing di McArthurGlen - abbiamo inaugurato il nuovo desi-

gner outlet a Parigi, con un investimento complessivo da 200 milioni di euro e 100 negozi». In tempo per le olimpiadi. «Puntiamo - ha concluso Brady - sulla partnership tra Castel Romano designer outlet ed il Teatro Olimpico di Roma, informando su spettacoli ed eventi e offrendo sconti agli abbonati. A Serravalle stiamo lavorando su nuovi brand. Investiamo ovunque sulla condivisione dei dati con i nostri 10mila partner. Nuove aperture in Italia, per ora, no».

con altri due sviluppatori. Una complessità che ha consentito di dare a quei luoghi nuova destinazione».

Stessa filosofia che animerà "Entrecamos", spiega Filomena Conceição, responsabile globale dello sviluppo del business di Nhood: «Si tratta di recuperare l'area abbandonata del vecchio parco divertimenti nel centro di Lisbona, riconvertendo 200mila mq in uffici, residenziale e retail». Quale è l'atteggiamento delle banche? «Le banche - spiega ancora Conceição - si mostrano più interessate alla qualità dei prodotti e della loro gestione operativa».

«In Italia, nel III trimestre, l'abbandonamento è tornato ai livelli precovid (+0,4% rispetto al 2019), la ristorazione corre (+8,4% sullo stesso periodo 2022). In crescita nei primi nove mesi dell'anno (+6,7% rispetto al 2022) anche il numero degli ingressi - ha detto Roberto Zoia, presidente del Cncc (Consiglio nazionale dei centri commerciali) - I rendimenti netti del retail sono al 6,5%, quelli della logistica al 5 per cento».

«Se outlet e parchi commerciali, più nuovi, all'aria aperta, hanno recuperato bene dopo il Covid - spiega Roberto Limetti, managing director di Pradera, che in Italia gestisce circa 20 asset - i centri commerciali sono in risalita, ma necessitano di interventi di efficientamento Esg e di ripensamenti. Possibilmente di personalizzazioni che li caratterizzano senza renderli tutti uguali. Noi abbiamo puntato sui servizi perché gli shopping center hanno un vantaggio competitivo: sono facili da raggiungere, climatizzati e hanno un parcheggio (spesso gratuito). Punti prelievi, centri medici odontoiatrici, palestra, anagrafe, ufficio postale, sono solo alcuni degli "arricchimenti". Sull'Italia, in particolare, pesa l'assenza di investitori istituzionali ma anche un vero repricing, che abbassa il valore dell'asset, ma alza anche il rendimento. «Il nostro centro commerciale a Newcastle - conclude Limetti - ha un rendimento del 12 per cento. Difficile dirottare investitori verso l'Italia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

© RIPRODUZIONE RISERVATA